

<<廣告副作用>>

图书基本信息

书名：<<廣告副作用>>

13位ISBN编号：9789866211003

10位ISBN编号：9866211002

出版时间：2010-6

出版时间：晶冠

作者：李欣頻

页数：288

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<廣告副作用>>

### 內容概要

一本不可不敗的文案祕笈，帶你透視誠品演進的祕密！

1998年出版的《誠品副作用》（《廣告副作用》的前身）是李欣頻的第一本書，至今已經整整12年了。

在這麼高速汰舊換新的市場，連書中經歷的廣告公司、中興百貨都已經走入歷史，但《廣告副作用》迄今仍廣受讀者歡迎。

伴隨著誠品書店離經叛道的經營模式，李欣頻的廣告文案將一個原本只是平面的文字宣傳創造了不平凡的視野與深度，它也許並不直接與販賣的商品有關，旁敲側擊式的吞吞吐吐反而吸引消費者的目光，在閱讀人口越來越少的情況下，這樣的廣告因此成為新世代的閱讀方式，只要有人駐足觀賞，這個市場就算打開了一半。

不可諱言的，參與這項消費運動的，大部分是自稱中產階級的族群，通過閱讀廣告文案裡透露出來的玄機，蜿蜒生出一種惺惺相惜的文化情感，進而藉著消費行為豐富了自己的文化內涵以及對於優雅生活的想像。

十多年裡，她出版了近30本書；她寫過賣得最好的廣告作品集；她寫過年度熱銷榜前三名的旅遊書；她寫過引起讀者恐慌的情場話題書；她的文字充滿著思辯張力和另類美感；她是各大圖書暢銷排行榜的金牌作者；她是多個媒體機構的專欄作家；她一天閱讀一本書；她遊歷40個國家；她每年要舉行一百多場講座；她是一位不容錯過的創意生活家。

李欣頻的文字很美，甚至有些唯美，文字上的運用遠遠超過廣告本身，感覺就像一幅幅發黃的老照片，很有王家衛的風格，但總感覺不出「廣告的創意」，更多是如何表現的形式，她思考的出發點就是文字本身。

《廣告副作用 - 藝文篇》一書便是集結作者十多年間寫就的誠品文案，她用自己的思辨張力和另類美感，見證了「誠品書店」一路的傳奇歷程。

跟「誠品」的十幾年緣分，亦成就了李欣頻「文案天后」的地位。

本書詳實紀錄書店、書、人的情感交叉描述，共分【舊書·舊貨·舊感情】、【喜新·念舊·移館別戀】、【書店·誕生·創世紀】、【人·書·書展】、【閱讀者·群像·集體利益】、【政治·眾人·復活記】、【事件·儀式·人與人的對待】等七大主題。

你將透過她的文案透視誠品書店的歷程軌跡，發現你從未發現的文字吸引力！

## <<廣告副作用>>

### 作者簡介

李欣頻 政大廣告系畢業。  
政大廣告研究所碩士。  
現於北京大學就讀博士班，並於北京大學新聞與傳播學院任教《廣告策劃與創意》課程。  
超越大陸葉錦添、香港陳幼堅等十九位創意精英，兩岸網友票選最高票「二〇〇九年度搜狐時尚人物創意家」。

二〇〇九年金石堂《二〇〇九一二書展》選為不可錯過的八位作家之一。  
二〇〇九年為收視率達3億之大陸旅遊衛視頻道特約外景主持人。  
曾任廣告公司文案、誠品特約文案、宏碁數位元藝術中心特約文案創意。  
廣告作品包括中興百貨、遠東百貨、誠品書店、誠品商場、宏碁數位藝術中心、富邦藝術基金會、台新銀行玫瑰卡、臺北藝術節、鶯歌陶瓷博物館、加利利旅行社、臺北市都市發展局、新聞處、統一企業、飲冰室茶集、雅虎奇摩網路劇等。  
散文作品被收錄於《中華現代文學大系》散文卷。  
文案作品被選入《台灣當代女性文選》。  
曾為聯合報、自由時報、廣告雜誌、香港ZIP雜誌、皇冠雜誌、TVBS週刊、ELLE雜誌、MEN'S UNO雜誌、大陸北京晚報、中國圖書商報、費加洛雜誌、女友、廣告大觀、城市畫報等之專欄作家。  
台灣科技大學、中原大學、臺北大學、青輔會、成功大學、學學文創、誠品信義講堂、北京大學新聞與傳播學院……關於廣告、創意、創作、出版課程之講師。

二〇〇四年數位時代雜誌選為台灣百大創意人之一。  
天下遠見文化事業群之《三三雜誌》二〇〇六年九月號，選為創意達人之一。  
亦曾任二〇〇九年臺北電影獎媒體推薦獎評審、連續五屆台灣廣告流行語金句獎評審、二〇〇九年臺北電影節媒體推薦獎評審、誠品文案獎評審、南瀛獎動畫類評審、董氏基金會大學築夢計劃決選評審、中國時報文彩青年版指導作家、TWNIC第五屆網頁設計大賽決選評審委員、救國團「創意與創業全國」座談會與談人。

## <<廣告副作用>>

### 媒体关注与评论

李欣頻是年輕一代華人廣告圈中的佼佼者，她延續了傳統文案的精髓，並進行創新，逐漸形成了自己獨特的風格。

「 - - 北京大學新聞傳播學院副院長、博士生導師 / 陳剛 「在我眼裡，李欣頻在文字的高速公路上，已經早已拋離了對手；所以，她似乎更願意在一個狹窄的舞臺上，去優雅地旋轉出難度高超的舞步。

但是，她跳得並不高深莫測，她只是從生活的平淡無奇裡，給自己加上一雙藝文的翅膀，便輕輕地從日常的平靜裏，躍上了一霎那的文字高潮。

連同閱讀她文字的人，一同墜入了美好的享受。

「 - - 《城市畫報》副主編、iMart 創意市集發起人之一 / 黎文 「精心創造的廣告，比粗製濫造的文學高；有良知的廣告人，比沒良知的作家道德。

一本好書就像強勢貨幣，能讓心靈富有，因為惜墨如金，所以字字珠璣。

蘇格拉底說，沒有經過熬夜寫出來的文章不值得一看；顯然這本書必定是無數個失眠的夜晚結晶而成的。

羅蘭?巴特說：閱讀上的爽和做愛一樣，閱讀李欣頻的文案作品，讓人非常容易上癮，精神上爽快兩次。

「 - - 前臺灣奧美廣告公司執行創意總監 / 葉旻振 「李欣頻作品所鮮明呈現的新寫作浪潮正是這樣：年輕世代的創作者，正帶著未經「文學」規範、或不曾被「文學」規範到的態度與作品，繞過文學本質，向潰不成軍的文字書寫傳統傳達了「支持」或「篡奪」的訊息.....」 - - 詩人 / 羅智成

## <<廣告副作用>>

### 編輯推薦

《廣告副作用:藝文篇》特色 1.兩岸熱銷,華文世界有史以來賣最好、長銷10年的文案作品集

2.30位兩岸三地藝文圈、流行界菁英齊聲推薦,人手一本的時尚聖經!

3.以絕美的詩意文案,成功打造誠品,成為台灣舉世聞名的文化地標。

4.2010年全新修訂,一次收錄李欣頻全文案集。

收錄2005~010年最新誠品、藝文文案作品,全文本完整曝光!

5.內文有精美文案商品圖案及圖片,精美編排產生獨具的時尚感。

6.被封為台灣文案超女的李欣頻,以強而有力的文字風格,為誠品商場、中興百貨、遠東百貨、統一企業、宏 Acer、知名服裝、千萬頂級別墅、台北市.....寫出一篇篇流傳恆遠、憾動人心的經典時尚文案。

7.你即將翻開的,不僅是一個處處布滿陷阱的文字迷宮,更是一個折射社會生活面面觀的讀本。你即將認識的李欣頻,不僅是一個會寫絕美文案的廣告人,更是一個橫跨廣告、創意、教育、旅行、美食、網路、建築、愛情、靈修.....的創意生活家。

<<廣告副作用>>

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>